# "一带一路"倡议背景下云南对泰国传播保障体系建设
## ——以云南日报报业集团为例

温浩缤[1] 杨艾伦[1*] 金炜威[2]
（1. 云南艺术学院设计学院，云南 昆明 650500；2. 云南艺术学院民族艺术研究院，云南 昆明 650500）

**摘要：**【目的】在"一带一路"的相关背景下，我国不断加强对外战略传播能力的建设，地方也承担相应的建设与宣传责任。云南作为中国西南边陲省份之一，与泰国有着地缘相近及人缘相亲的先天优势，建立云南对泰战略传播保障体系以此保证云南对泰战略传播力发展至关重要。【方法】文章以云南日报报业集团为例，由点及面就如何进行战略保障体系展开论述。【结果】云南日报报业集团通过传播理念及研究思路的创新、加强媒体融合与深入挖掘区域资源优势、充分发挥智库人才优势、精准传播塑造全面立体清晰的区域形象等措施建立战略传播保障机制。【结论】云南日报报业集团作为中国辐射泰国的领先报业机构，依托云南优秀文化不仅可以讲好中国故事，更容易发挥"一带一路"友好大使的作用，而且可以增进两国之间的文化交流，进而推动云南对泰国战略传播保障体系的建设。

**关键词：**"一带一路"；中泰关系；战略传播；云南日报报业集团 **中图分类号：**G234 **文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2023）02-047-04 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.02.009
**本文著录格式：**温浩缤，杨艾伦，金炜威．一带一路"倡议背景下云南对泰国传播保障体系建设——以云南日报报业集团为例 [J]. 中国传媒科技，2023（02）：47-50.

"一带一路"建设的推进，有助于世界各国之间的文化、经济、政治交流，进而构建中国的国际话语影响力。自中国与其他国家建立外交关系以来，泰国与中国的友好合作水平始终居于东盟国家前列。在政治领域，泰国率先与中国签署关于21世纪合作计划的联合声明，同时也是在中国开设领事馆最多的国家。在安全领域，泰国是东盟首个与中国建立高级别防务安全磋商机制的国家。在人文交流领域，泰国王室对华友好并积极提升泰国官民对华友好认知，积极宣传中国文化，引领推动泰国官民对华友好。随着近年来一批蕴含中国元素的优秀影视剧在泰国的热播，丰富了中泰人文交流层次。

根据泰国商务部网站的数据，2000年中泰贸易额为62.26亿美元，仅占泰国贸易总额的4.7%，而同期的美泰贸易额为221.87亿美元，占泰国贸易总额的16.8%。2007年中泰贸易额首次超越美泰贸易额。2013年中泰贸易额超越日泰贸易额，中国成为泰国第一大贸易伙伴。2020年新冠疫情虽然对各国的经济产生严重影响，但中泰两国之间的贸易成交额整体仍呈上升趋势。2021年中泰贸易克服了疫情影响突破1000亿美元大关，中国连续第九年成为泰国第一大贸易伙伴。[1] 泰国在地缘政治上具有重要性，是中国推进"一带一路"倡议的重点。云南日报报业集团作为云南省对外传播的窗口，肩负着时代使命，顺应并把握时代大势，推动区域性国际传播辐射网，并通过自身不断创新进而促进传播保障体系的构建。云南日报报业集团传播策略积极呼应"一带一路"促进沿线国家和地区人民民心相通的战略目标，是云南主动作为做好新时代对外宣传工作，讲好中国故事的重要组成部分。

### 1. 云南日报报业集团对泰国的传播背景及现状

#### 1.1 云南日报报业集团对泰传播背景分析

随着中国在国际社会中话语权的提升，国际形象的塑造和改善显得至关重要。中国故事、中国声音是国际形象的重要组成部分，讲好中国故事、传播中国声音让世界各国人民加深对中国了解，从而使世界各国人民对"一带一路"倡议起到增信释疑的作用。[2]"一带一路"倡议的广泛传播不仅仅是靠国家层面的对外宣传工作，区域媒体同样也肩负着对外宣传的

---

* 为本文通讯作者

**基金项目：**云南省哲学社会科学规划项目"'一带一路'背景下中华文化在泰国的传播及影响研究"（项目编号 QN2019055）。

职责与使命。云南日报报业集团始终将讲好云南故事，展现云南形象作为对外传播交流的总任务。通过将云南展现为一个人文景观丰富、自然景观优越的优秀形象不仅能增进泰国民众对云南的了解还可以增加泰国民众对中国的解读。中国国家主席习近平指出，要加快构建中国话语和中国叙事体系，用中国理论阐释中国实践，用中国实践升华中国理论，打造融通中外的新概念、新范畴、新表述，更加充分、更加鲜明地展现中国故事及其背后的思想力量和精神力量。[3] 国际传播工作成为云南日报报业集团中心工作之一，在传播实践中主动部署、积极参与，以提升其对泰传播中的主体作用。

### 1.2 云南日报报业集团对泰传播战略布局现状

自党的十八大以来，云南日报报业集团国际交流传播中心在面对国际传播平台的方式构建上，建立以传统纸质媒介版面合作为主导、多语种外宣刊物为联动、多元媒介为补充，实体项目为依托，人才培养为保障的“五位一体”的对外宣传布局，打造面向泰国国际传播布局中的新模式与新征程。[4] 云南日报报业集团与泰国著名的英文媒体《民族报》合作，携手共创发行英文版新闻刊物，更好地在泰讲述中国故事，传播中国声音。进而增强中泰两国人民之间的文化、信息交流，扩大中泰各阶层、各领域的深入合作。由云南日报报业集团与泰国《民族报》合作创办的《中国・云南》新闻专刊于 2015 年 12 月 15 日在曼谷首发。中国驻泰国大使馆公使衔参赞、泰国文化部部长、泰国驻昆总领事、泰国《民族报》总裁等中泰政商界人士共同出席了首发仪式。泰国国家旅游局相关人士表示，云南地区丰富的旅游文化资源令泰国人民心驰神往。此刊物的发行会更加丰富泰国人民对云南的认识。《中国・云南》的出版，为两国人民提供了交流的桥梁，从而更好地增进了两国人民经济文化交流。从刊物《美丽云南》到《中国・云南》不仅是名称变化，更是展现云南日报报业集团面对国家对外传播战略布局背景下探索自身工作方向与发展的积极应对，即始终以现代传媒集团的战略目标为发展导向，通过积极挖掘独特的区域性文化资源，提升自身在国际化传媒机构的话语体系构建。[5] 不断适应国际新形势发展并作出相应转变、扩大主业发展规模、强化多元产业、创建多种媒介联动发展的新方向。泰国驻昆明领事馆总领事表示，云南日报报业集团与泰国国家媒体促成了多项重要合作。在泰国《民族报》进行新闻专刊投放以及泰国《湄公河》杂志相关专栏的宣传增进了两国人民之间的相互了解。

## 2. 云南日报报业集团对泰国传播的问题表征

伴随着经济的长足发展，中国的国际影响力也与日俱增，中国在谋求自身发展的同时，也致力于推动国际政治经济格局的新变革，国际传播工作显得愈发重要。国家通过体制机制不断创新提升我国对外传播能力。与此同时地方也需要考量自身发展水平，积极主动地去发挥自身作用，挖掘自身独特的区域性传播优势和传播渠道，为整体提升国家对外传播能力贡献自己的力量。[6] 但在传播过程中需考虑多方面因素，在对泰传播进程中，两国之间不同的政治环境、宗教习俗、文化底蕴、经济架构等因素，对中国各级对泰传播机构、团体、个人等造成了很大影响。云南日报报业集团作为中国对泰国传播的重要力量，在泰国进行传播的过程中整体而言进展顺利，但在传播过程中受多种因素制约也存在着许多问题，这些问题的堆积导致了云南日报报业集团对泰国传播的困境与难题。具体表现在以下几个方面。

### 2.1 西方霸权主义国家的干预

互联网时代得益于媒介本身开放、自由的特性，迅速打破了时间与空间的限制，以极大超越传统媒介的效率促进信息的流通。现在有的学者用“网络文化帝国主义”来描述这种现象。美国在互联网软硬件领域占据优势地位，以泰国民众常用的社交媒体为例，在 2019 年泰国总理大选中，泰国政党首次以社交媒体竞选，Line、Twitter、Facebook、Instagram 等社交媒体成为泰国政党传播信息的重要渠道。而上述 4 家代表性的社交平台，均为美国、日本公司所主导，资本主义国家媒体通过平台话语优势控制引导公众舆论走向进而以维护自身利益为目标达成既定的战略。

### 2.2 云南日报报业集团对泰传播定位模糊

随着信息技术的快速发展,媒介化时代已经到来，几乎所有人都可以在互联网上发出自己的“声音”。传播渠道的分散及传播信息的多元化导致了以政府为主导，单向传播的公共模式变得不合时宜。云南日报报业集团在“走出去”过程中，仍以传统媒体为主干、网络新媒体为扩充的传播方式布局，虽采取一定的网络媒介为扩展但开发程度远远不足，整体仍以单向模式进行对外传播。顺应时代的潮流，网络新媒介的传播方式与传统媒介方式的地位同样重要，网络新媒体传播平台让同时间的用户可以共同在社交平台交流，其传播信息的能力和效力远胜传统媒体。[7] 扩大发展互联网社交媒体平台，根本上弥补了之前的信息发布

渠道单一、受众参与度有限、信息更新滞后、传播内容少的传统模式。不仅可以依据用户兴趣投送精准信息给用户群体,拓宽传播与交流模式,增强用户体验感,还能够使用户黏性得到提高。

根据 We Are Social 和 Hootsuite 共同发布的《2021泰国数字报告》数据显示，截至 2021 年 1 月泰国总人口约为 6988 万，其中约 5500 万是社交媒体用户。泰国社交媒体用户的数量占泰国总人口数量的比重为78.7%。[8] 社交媒体平台几乎容纳了泰国各社会阶层。但云南日报报业集团在运用社交媒体平台开展对泰传播交流时的内容选择上，多是从自身观念、主张、政策出发，以整个泰国甚至是东盟为传播目标，对传播内容没有做精准化设计。开展公共外交活动要求以平等的姿态与泰国民众展开对话，在交流互动的过程中了解泰国民众的心声。通过大数据分析助力数字化公共外交工作效率的提升，真正做到与泰国民众“民心相通”。作为构建周边国家命运共同体的重要组成部分，文化助推我国与其他各国全方位、多领域的交流与合作。因此对泰国传播需要考虑泰国国家及地区的地理环境特征、政治制度、风土人情、价值诉求、接受习惯等。[9] 以云南地区实际出发，依托陈述愿景、表现友善、媒介联动的指向，以互惠互利的理念去诠释，最终实现“中国故事”的完美讲述。

### 2.3 对泰国研究程度有待深入

泰国虽然作为东南亚唯一一个君主立宪制的国家，具有其独特的民风和民情，但自古以来与中国就有着深厚的历史渊源，人口跨区域流动使得多种文化不断交流与碰撞。中国西南地区文化与泰国相关文化有着较大的亲缘性，这本该成为对泰传播的优势所在，但在实践过程中对泰国社会各个层面的研究还不够完善，熟知泰国社会政情、社情、商情、民情的智库、媒体人才不足，这些都构成了当下中国对泰传播交流的基础性缺陷。对泰国社会各阶层、各地域及受众的调查也是决定云南对泰国战略传播方向的重要基础条件。不充分考虑泰国受众的需求，粗放式输出云南地域文化，不讲究针对性的技巧或方法，传播效果反而会大打折扣。因此深入研究泰国受众需求对云南日报报业集团对泰国的战略传播效果起到至关重要的作用。

## 3. 云南日报报业集团对泰传播保障体系建设的对策

随着改革开放与国际事务不断推进，国际传播作为对外交流的重要环节逐渐被重视。云南作为中国辐射东南亚的重要省份，通过发挥自身独特地理优势对于传播云南故事、塑造中国形象并提升自身区域性国际传播能力的作用不言而喻。得天独厚的地理因素加之别具特色的云南故事更需要科学与规范性的制度体系来保障云南日报报业集团对泰国进行精准战略传播，从而为营造和蔼可亲、魅力无限的中国形象以及中国文化对泰输出奠定坚实有力的基础。具体归纳为以下几个方面。

### 3.1 传播理念及研究思路的创新

云南日报报业集团按照纸质媒介与网络媒介共举原则的同时，积极推进与泰国媒体的合作进程。其中对泰国的传播力研究要注意以下几个方面的内容：针对云南日报报业集团在泰国传播内容及传播形式，分析比较有关国家对外传播的成功案例，总结成功经验来应对传播方式的选择、传播内容及其内涵、传播手段的使用等方面科学分析云南日报报业集团对泰国的传播现状及效果,思考传播过程中存在的问题与不足，为我国对泰国的文化传播力提升策略提供科学依据。在传播效果方面，需要考虑泰国的社会背景和泰国受众的接受习惯。

### 3.2 加强媒体融合与深入挖掘区域资源优势

深入挖掘云南本土的优秀文化资源。云南作为中国少数民族最多的省份，具有丰富的旅游资源与人文资源。其中产生出众多优秀的艺术作品，涉及领域包括舞蹈、绘画、影视等众多方面。通过选取相关具有云南特色元素的相关艺术作品进行对泰传播，找到本土优秀文化资源与泰国的契合点，不仅是对云南独特文化资源的展示，还能增进泰国民众对云南以及中国的了解。在弘扬民族文化的过程中有批判性地继承，不断吸收借鉴世界先进文化及科技推动民族文化的前进。在吸收借鉴中不断创作出更优秀的民族文化作品，不断丰富本土资源。[10]

在推动媒体融合方面,主动加强与泰国媒体合作。同时利用好云南日报报业集团对泰传播平台、泰国地方传播媒介平台，以及两国媒介的沟通交流方式，形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的媒体传播体系。针对多渠道媒体传播，采用疏通信息采集通道，搭建信息分类、整合的结构路径等方式。这不仅需要内部协同还需要中泰两国相关政策的引导与扶持。

### 3.3 充分发挥智库人才优势

云南日报报业集团应通过建设技术智库，不断升级技术,保障云南日报报业集团对泰国传播的稳定性。将智库应用于媒体传播，传播中国特色社会主义思想价值体系，汇集云南特有的风土人情。同时在智能化

思维下的新闻生产模式和智能化泛内容生产模式中，充分发挥智库的作用对云南日报报业集团对泰国的传播具有深远意义。云南日报报业集团应与国内及泰国相关学校合作实施人才培育计划，完善的媒体传播人才培养政策是确保云南日报报业集团对泰国传播稳定性提升的关键因素。以中国特色社会主义制度制定的新闻传播人才培养规划政策为战略指向，以马克思主义新闻观融入人才培养的全过程各环节，坚持明确的政治立场与方向，巩固职业精神及道德教育，指引学生坚持新闻职业操守，履行对泰国传播工作的社会责任，强化做好对泰国传播工作的责任使命感。始终坚持中国特色社会主义办学方向，保障战略意图及指向明确性。准确掌握中国特色社会主义意识形态话语体系及相关学术话语积淀，针对保密性新闻或宣传政策做到牢记于心。[11] 同时借鉴应对国际危机事件信息传播中的相关经验大力开展对泰国传播的相关培训。通过常态化专业培训，以实践为导向的理论培训有助于提升云南日报报业集团媒体人新闻的采集精准度与专业度，使参与人员明确自身职责与使命，不断提高其使命担当与工作能力，成为对泰国传播的行家里手。

### 3.4 精准塑造传播全面立体清晰的区域形象

近年来"城市形象"一词逐渐出现在人们的视野中，城市形象的建设不仅仅是一座城市的门面，同样也可以代表一个区域的文化元素凝结。由此引出的城市形象通过采用城市或地区富有代表性特征的元素建构而来。城市形象不仅仅是一座城市的象征同样也是一座城市的无形资产。[12] 云南日报报业集团对泰国传播过程中代表的是云南整体区域，因此建构富有云南区域特征的形象也至关重要。以云南日报报业集团作为主导机构，与云南省文化和旅游厅和相关设计机构合作，通过梳理挖掘等形式，以云南省内蕴含优质文化元素的照片、视频、文字等材料构成云南地区形象 IP 库。通过采用形象鲜明的区域元素使得云南地区整体形象更加具有识别性，从而牢固云南在泰国受众心目中的形象，用特色的云南形象走向泰国舞台。

## 结语

云南日报报业集团对泰战略传播工作的开展，有助于推动构建周边国家人类命运共同体，有助于助推我国国际传播工作进程，有助于增强我国在国际社会上的话语建构以及提升在国际社会上的舆论引领能力，向世界展示真实、伟大、杰出的中国形象。对泰国进行传播工作的过程中，结合泰国当地的实际状况，逐步提升我国对泰国的文化传播力，大力宣传中国、讲好中国故事、传播好中国声音，有利于巩固中泰两国人民之间的友谊，同时对"一带一路"沿线国家和地区的关系发展具有促进作用，进而助推"一带一路"在东南亚沿线国家的实施，以及我国与"一带一路"沿线国家和地区的深层次交流。

## 参考文献

[1]2021 年双边贸易突破千亿美元大关 中泰经贸：借势 RCEP，未来更可期 . 中国商务新网 [EB/OL]. https://www.ciie.org/zbh/cn/19news/dynamics/focus/20220421/32279.html.2022-04-21/2023-01-23.

[2] 逄欣 ."一带一路"视域下中国对泰国的公共外交研究 [D]. 长春：吉林大学，2019.

[3] 习近平：加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国 [EB/OL].https://baijiahao.baidu.com/s?id=1701351690005252206&wfr=spider&for=pcc.2021-06-01/2023-01-22.

[4] 云南日报报业集团在泰国 老挝成功推出新闻专刊《中国云南》为昆曼路信息桥 [EB/OL].https://www.sohu.com/a/51114331_121315.2015-12-29/2023-01-22.

[5] 柳盈莹，田入尹 . 传播中国声音 讲好云南故事——《云南日报》对泰新闻专刊《民族报·中国云南》的报道框架与经验启示 [J]. 普洱学院学报，2021（2）：55-57.

[6] 张铽琫，陈卓 . 区域性国际传播建设的现实图景与未来展望 [J]. 传媒，2022（13）：64-66+68.

[7] 卢莹莹 . 新时代广电网络短视频与传统节目之间的融合现状分析 [J]. 中国传媒科技，2022（11）：90-93.

[8] 翟慧霞 . 泰国新媒体发展特点及加强对泰传播的思考 [J]. 国际传播，2021（2）：61-68.

[9] 时遂营，刘纯怡，李昌 ."讲好中国故事"视角下我国对东南亚文化传播力提升策略研究 [J]. 名作欣赏，2019（8）：85-86.

[10] 刘英才 . 中华优秀传统文化对外传播的话语构建与实践路径 [J]. 出版广角，2022（5）：88-91.

[11] 刘卫东 . 构建卓越新闻传播人才培养的政策保障体系 [J]. 中国高等教育，2014（Z2）：28-31.

[12] 赵平，李雅娜 . 中国跨国公司对外传播中华文化的责任、机制与策略 [J]. 四川轻化工大学学报（社会科学版），2022（1）：49-65.

**作者简介：**温浩缤（1996-），男，辽宁营口，硕士在读，研究方向为视觉传达设计、文化创意产品衍生；杨艾伦（1990-），男，陕西宝鸡，讲师，专职辅导员，研究方向为民族文化传播；金炜威（1999-），男，浙江临海，硕士在读，研究方向为文化创意产业、跨文化传播。

（责任编辑：张晓婧）